

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV Brawijaya Dairy Industry adalah perusahaan dengan fokus pengolahan susu sapi menjadi produk minuman yoghurt. Perusahaan mulai menjalankan produksinya pada tahun 2009 di koperasi Mitra Bhakti Makmur yang berlokasi di Jl. Raya Junrejo No. 29 A Kec. Junrejo – Kota Batu. Salah satu produk olahannya yaitu *Yoghurt Drink* dengan merk *Fresgurt* yang berukuran 140 ml. Dalam proses pembuatan *yoghurt drink* dilakukan dengan beberapa proses mulai dari pasteurisasi, fermentasi hingga pengemasan dengan kapasitas produksi per hari mencapai 300 - 400 *cup*. Standar spesifikasi manajemen mutu yang diterapkan oleh CV Brawijaya Dairy Industry dalam proses produksi yoghurt telah sesuai dengan standar ISO 9001. Hingga saat ini, *yoghurt drink* telah dipasarkan mulai dari wilayah Malang Raya, Kediri, dan Surabaya.

Pentingnya suatu atribut dalam kualitas akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Atribut menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembeli. Atribut produk inilah yang akan menjadi pembeda antara suatu produk tawaran perusahaan dengan produk sejenis lainnya. Produk dengan atribut menarik akan menimbulkan minat konsumen dalam melakukan pembelian sehingga akan menimbulkan hasil positif baik pada perusahaan maupun konsumen. Berbagai macam merek minuman yoghurt sudah banyak beredar dipasaran dan dikenal oleh masyarakat diantaranya yoghurt Cimori, Heavenly Blush, Yoyic, Greanfields Yoghurt, Biokul Yoghurt dan berbagai macam *yoghurt drink* lainnya. Adapun permasalahan yang menjadi fokus penelitian yaitu CV Brawijaya Dairy Industry masih belum melakukan penelitian secara langsung terhadap konsumennya mengenai kepuasan konsumen dan sejauh mana harapan konsumen terhadap kualitas produk *Freshgurt*. Berdasarkan beberapa keluhan konsumen terhadap produk yang diterima oleh perusahaan berupa kekentalan yoghurt yang kurang baik, rasa yoghurt yang terlalu asam, jenis varian rasa yang sedikit, warna yoghurt dengan varian rasa kurang sesuai, contohnya varian rasa

melon yang warnanya kurang berwarna hijau. Berdasarkan pengamatan terhadap produk Freshgurt, volume yoghurt hanya 140 ml yang mana cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan produk yoghurt lainnya. Selain itu, kemasan produk freshgurt masih sederhana jika dilihat dari volume, desain serta informasi pada kemasan seperti informasi mengenai komposisi bahan tidak dijelaskan dan beberapa informasi seperti petunjuk penyimpanan tidak disertakan pada kemasan sehingga terkesan kurang lengkap bila dibandingkan dengan produk yoghurt cimory, yoyic yoghurt dan minuman yoghurt lainnya. Hal ini dapat beresiko menyebabkan menurunnya minat konsumen dan permintaan terhadap produk juga berkurang.

Dari permasalahan yang ada, maka penting untuk melakukan perencanaan pengembangan produk dengan menggunakan integrasi model *KANO* dan *QFD*. Dua metode ini dirasa sudah tepat karena penerapannya dalam penelitian dimana menurut Wahyu (2018) metode *KANO* bertujuan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen dari suatu produk yang dikelompokkan berdasarkan persepsi konsumen dan efeknya terhadap kepuasan konsumen. Kemudian digunakan metode *QFD* untuk memberikan usulan prioritas dalam meningkatkan kualitas produk. Adapun tahapan dalam *KANO* yaitu tahap identifikasi pelanggan, tahap penentuan atribut *KANO*, dan tahap Analisa melalui tabel evaluasi kano. Maka melalui tahapan ini akan diketahui atribut kualitas produk berdasarkan pengelompokkan dalam kategori *must-be*, *attractive*, *one dimensional*, *indifferent*, *reverse*. Sedangkan pada tahapan *QFD* dalam Noviana (2014) yaitu tahap penentuan *customer needs*, perencanaan, dan penyusunan *house of quality*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja atribut yang diinginkan oleh konsumen terhadap kualitas produk perusahaan?
2. Apa saja atribut yang perlu diprioritaskan untuk dikembangkan?
3. Usulan perencanaan pengembangan produk seperti apa yang dapat diberikan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas atribut yang ada pada produk yoghurt
2. Mengidentifikasi dan menentukan atribut apa saja yang perlu diprioritaskan untuk dikembangkan agar dapat meningkatkan kualitas produk.
3. Memberikan usulan perencanaan pengembangan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas atribut yang produk yoghurt.
2. Memberikan informasi mengenai atribut produk yang menjadi prioritas pengembangan.
3. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan

1.5 Batasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada salah satu produk yaitu *yoghurt drink* ukuran 140 ml.
2. Adapun hasil penelitian tidak diimplementasikan secara langsung tetapi berupa usulan kepada perusahaan.
3. Konsumen yang dijadikan responden meliputi konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi *yoghurt drink* dari CV Brawijaya Dairy Industry.